

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera globalisasi seperti sekarang ini Industri busana menjadi salah satu faktor penunjang dalam peningkatan perekonomian Indonesia. Dalam kemajuan dunia abad 21 ditandai dengan penggunaan teknologi informasi komunikasi yang semakin canggih dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam proses perindustrian (Zaki, Suparno, & Nulhakim, 2021). Perkembangan dan kemajuan industri, salah satunya dapat kita lihat dengan adanya perkembangan dunia usaha yang semakin pesat. Hal ini dapat terlihat dengan munculnya industri barang dan jasa. Perusahaan harus mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.

Melihat manusia memiliki dua kebutuhan utama terdiri kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan adalah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas suatu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Hal ini biasanya berkaitan dengan barang-barang kebutuhan pokok, misalnya kebutuhan akan makan, minum, dan pakaian. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan utama yaitu Kebutuhan yang berhubungan dengan pemeliharaan kehidupan yang layak. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan dasar dan harus dipenuhi oleh manusia. Kebutuhan dasar meliputi sandang, pangan, dan papan

Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia selain makanan dan tempat tinggal yang harus dipenuhi dalam kehidupan. Pakaian sangat mudah ditemukan, mulai dari tempat perbelanjaan di sekitar kita sampai di situs online sekalipun ada. Seiring dengan perkembangan zaman dan dunia fashion semakin maju, terkadang konsumen membutuhkan barang yang belum ada atau belum dihasilkan oleh produsen, sehingga konsumen mengharuskan melakukan transaksi jual beli dengan produsen menggunakan sistem pesanan(Nisa, 2021).

Perdagangan secara pesanan adalah salah satu dari bentuk-bentuk perdagangan yang diperbolehkan oleh syari'at Islam. Menurut Ibnu Rusyd yang dikutip oleh Syafi'i Antonio, dalam pengertian yang sederhana, Perdagangan secara pesanan atau Bai' al-Istisna' adalah akad jual beli antara pembeli dan produsen barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan pembeli. Produsen komoditas kemudian memproduksi atau membeli komoditas tersebut sesuai dengan spesifikasi yang disepakati, baik melalui pihak lain maupun dengan memproduksinya sendiri, dan kemudian menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak menyepakati harga dan sistem pembayaran, apakah itu pembayaran di muka, pembayaran angsuran, atau pembayaran yang ditangguhkan (Antonio, 2001).

Pada dasarnya keputusan pemesanan dilakukan oleh seseorang sebelum membeli, seorang konsumen memiliki banyak pertimbangan terhadap suatu produk atau jasa seperti proses pemilihan, pembelian dan penggunaan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan suatu perusahaan. Perilaku konsumen harus kerap dipantau selama menjalankan bisnis. perubahan untuk meningkatkan pemasarannya karena pada dasarnya tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen agar dapat memasarkan produk yang ditawarkan dan menjaga loyalitas konsumen kepada produk yang dihasilkan (Astuti & Abdullah, 2018)

Keputusan hendak memesan atau membeli suatu produk sangat penting di dalam menentukan maju tidaknya perusahaan di masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen didorong oleh upayanya membangun komunikasi dengan memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan variasi produk yang luas dan pilihan produk yang banyak, serta menciptakan penawaran yang belum pernah ada sebelumnya. Proses pengambilan keputusan yang kompleks seringkali melibatkan pemilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan. Saat ini sudah banyak produk serupa di Indonesia yang kian

bagus dan berkualitas, dan semakin banyak perusahaan produksi garmen atau jasa pembuatan garmen melayani semakin banyak konsumen. Konsumen tidak lagi hanya mengandalkan satu merek saja.

Seiring dengan adanya pertumbuhan ekonomi, Dunia bisnis juga melakukan perkembangan dengan munculnya berbagai macam perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pesatnya perkembangan dunia usaha khususnya bidang fashion juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat atau konsumen. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha (Buchari, 2011).

Persaingan dari perusahaan dalam berbagai industri atau bisnis sangat umum terjadi dan persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat, sehingga harus kita hadapi dengan cara yang sehat sesuai dengan peraturan yang ada. Wajar sebuah bisnis memiliki kompetitor atau pesaing. Persaingan bisnis merupakan salah satu risiko besar yang harus dihadapi oleh para pebisnis. Persaingan bisnis secara inheren disebabkan oleh kesalahan strategis yang dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lain sebagai peluang untuk mencuri perhatian konsumen. Namun, di luar itu, semua persaingan dalam dunia bisnis adalah hal yang wajar, dan pelaku bisnis sangat menyadari risikonya. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para pelaku bisnis berhati-hati dalam memahami, menafsirkan, dan merumuskan strategi, serta menerapkan kebijakan yang tepat. Oleh karena itu para pelaku usaha sudah seharusnya mengerti strategi usaha atau strategi marketing.

Salah satu keputusan penting dalam bauran pemasaran adalah “harga” yaitu harga, karena harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha, dan harga juga dapat menentukan

seberapa besar keuntungan yang diperoleh suatu usaha jika menjual produknya. Bentuk suatu barang atau jasa dan kepentingannya dalam transaksi, mengabaikannya dapat menyebabkan kerusakan pada kehidupan masyarakat (Hakim, 2016). Selain itu, dengan penetapan harga yang tepat, hal ini akan mempengaruhi setiap konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau pemesanan. Harga merupakan variabel bauran pemasaran dan salah satu kekuatan perusahaan (Edisi, Sari, & Hotel, 2014).

Setiap perusahaan tentu perlu memiliki strategi penetapan harga yg sesuai. Hal itu dilakukan demi kelangsungan serta keberlanjutan perusahaan dalam menjalankan usahanya. menggunakan adanya kebijakan penetapan harga yang tepat, perusahaan bisa memaksimalkan laba, mengembalikan investasi kapital yg telah digunakan, menguasai pangsa pasar, dan juga menaikkan volume penjualan atas produk yg dihasilkannya ataupun untung sekalipun.

Penetapan harga dalam Islam dilakukan agar pedagang menjual harga yang sesuai demi tegaknya keadilan. Menurut *Ibnu Taimiyah* tingkat penawaran dan permintaan haruslah membentuk keseimbangan, dimana keseimbangan itu merupakan ridho pedagang dan pembeli melalui akad yg mereka sepakati. Bagaimanapun bentuk penawaran pasar adalah di bolehkan dalam Islam selama pihak pedagang dan pembeli tidak ada yang merasa dirugikan ataupun dizolimi. Harga komoditas perdagangan di suatu tempat (pasar) cenderung stabil bila mekanisme pasar tersebut normal dan terjadi persaingan yang sempurna (Hilal, 2014).

Oleh karena itu pengusaha atau pembisnis dituntut untuk mampu menambah nilai bagi konsumen dan permasalahan yang sering dialami oleh pengusaha terutama pada industri produksi busanan di Indonesia yaitu kurangnya minat pelanggan untuk membeli merek atau hasil produksi lokal, Para pelanggan lebih suka merek milik luar negeri yang memiliki harga yang bersaing. Dalam hal ini, penggunaan kualitas produk

merupakan hal terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian atau pemesanan saat memutuskan untuk membeli produk tersebut. Semakin tinggi kualitas produk maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk memilih atau membeli produk tersebut. Gifa Costume adalah perusahaan manufaktur pakaian yang kualitasnya selalu unggul, baik dari segi bahan maupun pembuatannya, yang dikerjakan secara individual. Dengan itu kualitas produk pada usaha produksi busana ini menjadi strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan hasil produksi busana dengan mengedepankan Kualitas Produk. Oleh karena itu dimasa sekarang ini perkembangan pemesanan busana cukup pesat bahkan sekarang dengan adanya media sosial semua orang dapat melihat secara langsung dan menilai produk yang kualitasnya bagus dan bisa sesuai dengan harga yang ditetapkan.

Dengan adanya fenomena perkembangan tren mode busana dan budaya baru yang berkembang saat ini pemesanan busana menjadi perilaku konsumen baru saat ini seperti maraknya pemesanan busana *couple* bareng keluarga atau bareng teman saat wisuda, ataupun untuk *brisedmade* (pengiring pengantin perempuan) bahkan juga masih banyak lagi keputusan konsumen dalam melakukan pemesanan busana sekarang ini. Hal ini memberi dampak positif terhadap para pelaku usaha di bidang industri pembuatan busana. Dampak positifnya para pelaku usaha dapat lebih banyak mendapatkan ide dari berbagai macam mode busana dan tersedianya *platform* media sosial juga memberi kemudahan bagi para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Namun hal ini juga tidak terlepas pada dampak negatif baik bagi pelaku usaha maupun konsumennya di mana pelaku usaha sekarang menjadi lebih banyak kompetitornya sehingga harus lebih mampu mengeluarkan mode busana yang lebih baik dari para kompetitor lain terutama persaingan bisnis antara produksi busana dengan bisnis busana jadi yang siap jual. Begitupun dampak negatif bagi konsumen yaitu dengan banyaknya mode busana yang bermunculan para wanita khususnya akan menjadi ingin lebih mempunyai berbagai

macam mode busana terlebih sekarang kualitas busana yang dihasilkan bagus itu yang menarik keputusan pemesanan terjadi.

Kualitas produk juga mempengaruhi minat beli konsumen dalam keputusannya membeli pakaian dari Gifa Costume. Di sini, kualitas produk mengacu pada kemampuan produk layanan untuk melakukan tugasnya, yang mencakup daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan perbaikan produk, di antara karakteristik produk lainnya (Philip Kotler & Keller, 2008).

Kualitas produk adalah salah satu pertimbangan konsumen dalam menggunakan produk. Kualitas produk sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian karena jika produk yang dipilih konsumen tidak memenuhi standar atau mutu yang baik, konsumen cenderung akan menentukan pilihan lain atau lebih memilih produk lain karena kualitas yang ditawarkan tidak memenuhi standar yang sesuai apa yang konsumen inginkan. Terdapat banyak perusahaan telah menyebarkan produk menggunakan model yang sama namun kualitasnya tidak selaras. Untuk selanjutnya konsumen lebih berhati-hati pada keputusan pembeliannya sebab banyak perusahaan pesaing yang telah mengembangkan produk serupa.

Kualitas produk artinya cara manajemen penting untuk menaikkan daya saing produk yang memuaskan konsumen. Kualitas menyampaikan pelanggan dorongan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan, yang memungkinkan perusahaan untuk secara seksama tahu harapan dan kebutuhan konsumen pada jangka panjang. Menggunakan cara ini, perusahaan dapat menaikkan kepuasan pelanggan waktu perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan serta meminimalkan pengalaman konsumen yang tak menyenangkan. (Hendriansa, Barkah, & Hartini, 2021).

Dengan adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemesanandi Gifa Costume yang sebagai salah satu jenis bisnis

produksi fashion busana .Sehingga penulis mengambil studi kasus di Gifa Costume yang menjual dan menerima pesanan berbagai fashion busana wanita maupun pria. Gifa Costume Cirebon adalah Suatu usaha produksi busana maju dengan pesat dipasaran dan mampu bersaing dengan perusahaan fashion lainnya. Tentunya dengan kualitas produk dan harga yang sesuai dan dengan kualitas yang diterima, untuk menarik konsumen yang ingin membeli dan memesan baju Di gifa costume.

Menurut hasil pra survey dan wawancara dengan Ka Gina Fahira selaku pemilik bisnis Gifa Costume yang dimana nama GIFA diambil dari singkatan nama pemiliknya yaitu Gina Fahira,ia mengatakan bisnis gifa costume ini bergerak dibidang fashion custom atau melalui pesanan dan untuk penyelesaian pesanan busana di gifa costume ini menurutnya tergantung jumlah pesanan dan kerumitan *custom* busananya dan juga tergantung antrian pesanannya.Menurutnya untuk penetapan harga jasa pada *custom* busana ini tergantung pada kerumitan dan lama proses jahitnya, Berikut grafik data pemesanan di gifa costume dari 2019-2022.

Tabel 1. 1 Data Pemesanan Busana Di Gifa Costume Cirebon 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Item
1.	2019	400 Item
2.	2020	250 Item
3.	2021	610 Item
4.	2022	1200 Item

Sumber: Hasil pra survey dan olah data (November 2022)

Berdasarkan perkembangan pemesanan pada tabel diatas selalu ada perkembangan yang positif.Namun di tahun 2020 dikarenakan ka gina sebagai pemilik memilih untuk membatasi pemesanan dikarenakan ingin fokus pada kuliah yang dijalannya tetapi setelah 2020 dapat dilihat pada tabel perkembangan di 2021-2022 meningkat signifikan .

Gifa Costume ini memberi jaminan untuk selalu utamakan kualitas pada produknya dan mengadakan *fitting* baju setelah produk jadi atau telah selai dijahit, dan diberikan garansi atau revisi kepada konsumen jika produk busana yang dihasilkan dirasa masih kurang puas. Dengan hal ini juga gifa costume meyakinkan para konsumennya dengan memposting beberapa hasil produksi dan testimoni dari konsumen lain atau sebelumnya yang mana dapat meyakinkan para konsumen baru dan konsumen yang lama menjadi pelanggan tetap.

Tabel 1. 2 *Research Gap* Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap keputusan pemesanan

<i>Research Gap</i>	Hasil	Peneliti
Terdapat perbedaan hasil penelitian pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian	Berpengaruh signifikan positif	<ul style="list-style-type: none"> • (Gandhi & Sitorus, 2022) • (Pratiwi, 2019) • (Laoli & Hulu, 2018)
	Tidak signifikan positif	<ul style="list-style-type: none"> • (Mahanani, 2018) • (Deisy, Lopian, & Mandagie, 2018) • (Liyono, 2022)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan tabel 1.2. menunjukkan bahwa berdasarkan informasi akibat penelitian diatas, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Gandhi & Sitorus, 2022), (Pratiwi, 2019) dan (Laoli & Hulu, 2018) . Namun disisi yang lain ada beberapa peneliti yang menghasilkan bahwa penetapan harga tidak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Mahanani, 2018), (Deisy et al., 2018) dan (Liyono, 2022)

Itu sebabnya peneliti tidak hanya mengangkat persoalan peristiwa di lapangan dari berbagai fenomena tersebut sesuai teori sudah yang ada.

Hal ini didukung menggunakan adanya research gap di penelitian sebelumnya bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian atau pemesanan, dengan peneliti memasukkan faktor kualitas produk sebagai variabel perantara atau perantara antara harga dan keputusan pemesanan .

Tabel 1. 3 *Research Gap* Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pemesanan

<i>Research Gap</i>	Hasil	Peneliti
Terdapat perbedaan hasil penelitian	Berpengaruh signifikan positif	• (Musyawarah, 2021)
pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian	Tidak signifikan positif	• (Anindyawati et al., 2016)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana (Musyawarah, 2021) melakukan penelitian, namun disisi lain terdapat beberapa peneliti yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana bisa . dipandang dari hasil berdasarkan penelitian oleh (Anindyawati et al., 2016) .

Salah satu penyebab permasalahan tersebut adalah banyaknya toko di wilayah Cirebon yang menawarkan kesempatan kepada konsumen untuk menjadi pelanggan tetap. Orang Cirebon mengenal tren fashion. Tentang perubahan gaya hidup dan kemajuan jaman yang membuat konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih pakaian terutama untuk hari spesialnya. Saat ini banyak berkembang toko-toko modern, contohnya Gifa Costume. Dengan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “**Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pemesanan Busana Di Gifa Costume Cirebon Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening**”

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana sudah dipaparkan tersebut terdapat fenomena-fenomena, prasurvey dan *research gap* yang dapat menjadi identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Dilihat dari fenomena sekarang dengan maraknya kembali pemesanan busana ini menjadi persaingan yang ketat dengan brand-brand besar yang bergerak dibidang produksi busana
- b. Dari prasurvey yang telah dilakukan dilihat bahwa Persaingan Penetapan harga produksi busana digifa costume ini sangat bersaing dengan busana yang dijual secara langsung dengan harga yang relatif rendah
- c. Research gap, adapun jenis Masalah dalam skripsi ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu pada setiap variabel dependen dengan variabel independennya yaitu ada yang berpengaruh signifikan dan tidak berpengaruh secara signifikan.

2. Pembatasan Masalah

Untuk memudahkan penulis dalam pelaksanaan penelitian ini maka perlu adanya pembatasan masalah, agar dalam praktek penelitian dan penyusunan secara ilmiah dapat dipahami dengan mudah. Oleh karena itu, peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti secara khusus membahas strategi penetapan harga pada Gifa costume dan pembahasan masalah ini pada konsumen yang telah melakukan pemesanan busana di Gifa Costume Cirebon.

3. Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahannya adalah:

- a. Apakah Strategi Penetapan Harga berpengaruh Terhadap Kualitas Produk Di Gifa Costume Cirebon?
- b. Apakah Pengaruh Strategi Penetapan Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pemesanan Busana Di Gifa Costume Cirebon?

- c. Apakah Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pemesanan Di Gifa Costume Cirebon?
- d. Apakah Strategi Penetapan Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pemesanan Busana Di Gifa Costume Dengan Kualitas Desain Produk Sebagai Variabel Intervening?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah didapat maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pengaruh Strategi Penetapan Harga berpengaruh Terhadap Kualitas Produk Di Gifa Costume Cirebon.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pengaruh Strategi Penetapan Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pemesanan Busana Di Gifa Costume Cirebon.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pemesanan Di Gifa Costume Cirebon.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pemesanan Busana Di Gifa Costume Dengan Kualitas Desain Produk Sebagai Variabel Intervening .

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian yang diuraikan dalam masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoretis

Untuk lebih mengembangkan pengetahuan yang diperoleh dari penelitian dan untuk mengekspresikan ide-ide secara ilmiah dan untuk mendapatkan pengalaman berharga dalam kegiatan penelitian. Selain itu, manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan

informasi tentang penerapan strategi penetapan harga terhadap keputusan konsumen saat memesan pakaian mengingat kualitas produk.

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan dengan penelitian ini perusahaan dapat mengetahui bagaimana analisis strategi harga mempengaruhi kualitas produk dan keputusan pembelian. Data penelitian ini digunakan untuk menentukan harga dan kualitas produk yang baik bagi pemilik usaha.
- b. Bagi Peneliti Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang strategi penetapan harga dalam kaitannya dengan kualitas produk dan keputusan pembelian. Serta memperoleh informasi untuk menentukan harga produk dengan memperhatikan kualitas produk sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembelian.
- c. Bagi Pembaca Sebagai sumber informasi bagi peneliti dan pembaca lainnya dalam menganalisis strategi penetapan harga kualitas produk dan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan, penelitian ini terdiri atas lima bab dan dibagi dalam beberapa sub bab dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami substansi serta gambaran secara garis besar mengenai hasil penelitian ini, maka secara umum akan dipaparkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisi pendahuluan, yaitu meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II PEMBAHASAN

Merupakan bab yang berisi landasan teori, yaitu mencakup teori-teori yang berkaitan dengan judul penulisan skripsi ini yaitu analisis strategi penetapan harga terhadap keputusan pemesanan konsumen pada gifa costume cirebon menggunakan kualitas produk sebagai variabel intervening, serta konsep setiap variabel penelitian atau penelitian terdahulu untuk mengetahui gambaran berasal penelitian sebelumnya tentang judul terkait, kemudian kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang berisi metodologi penelitian, yaitu meliputi tempat dan waktu penelitian, desain/metode penelitian, populasi serta sampel, definisi operasional atau variabel, instrumen penelitian, jenis serta asal data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan hasil dan pembahasan dari hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum tentang Gifa Costume Cirebon yaitu meliputi kondisi objektif penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab yang berisi penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan saran.